

УДК 658:005.12

**Мальчик М. В.,***кандидат економічних наук, доцент Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені Степана Дем'ячука, м. Рівне*

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті розглядаються теоретичні засади конкурентоспроможності промислових підприємств. Висвітлено умови формування конкурентних позицій, можливість створення конкурентних переваг та приведено рушійні сили зростання конкурентоспроможності підприємств.*

**Ключові слова:** конкуренція, конкурентоспроможність промислових підприємств, конкурентні позиції, конкурентні переваги підприємств.

*This article deals with the theoretical principles of the plant facilities competitiveness. The terms of competitive positions formation are lighten up, possibility of competitive advantages receipt by enterprises and dynamics of competitiveness increase are determined in the work.*

**Key words:** competition, competitiveness of the industrial enterprises, competitive positions, competitive advantages of the enterprises.

**Постановка проблеми.** Світ охопила безпрецедентна за своїми масштабами глобальна економічна криза. У кожній країні розроблено безліч проектів і окремих рекомендацій стосовно шляхів подолання кризових явищ. Особливого підходу щодо вирішення проблем мінімізації впливу кризових явищ на економіку держави потребують промислові підприємства. Саме тому актуальності набуває питання щодо особливостей формування ринкових позицій вітчизняних підприємств, що полягає у їхній здатності вести конкурентну боротьбу як всередині країни, так і за її межами. Адже саме рівень конкурентного забезпечення підприємств визначає критерій конкурентоспроможності усієї національної економіки країни.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Важливу роль у розробці теоретичних аспектів управління конкурентоспроможністю підприємств відіграють праці відомих зарубіжних вчених: Р. Асселя, С. Брю, П. Дойля, Ф. Котлера, А. Маршал-

ла, К. Макконела, Д. Сакса, М. Портера. Їхні роботи містять основи теоретичного апарату дослідження питань конкуренції і конкурентоспроможності. Дослідження цих проблем на рівні як суб'єктів господарювання, так і національної економіки отримало своє відображення у працях вчених країн СНД: В. Диденка, Ю. Іванова, В. Артемової, Б. Маліцького, Ю. Макогона, С. Мочерного, Л. Гаєвської, В. Гееця, Л. Кобиляцького, М. Лепи, О. Поповича, І. Єгорова, А. Савченка, В. Соловйова, О. Чернеги. У їхніх працях розглядалися такі ключові проблеми, як: взаємозв'язок конкурентної та промислової політики; конкурентне середовище країни; зв'язок конкурентоспроможності держави з її економічною безпекою, параметри конкурентоспроможності підприємств тощо. Перелік досліджуваних питань конкурентоспроможності на мікро- та макrorівнях постійно розширюється. Вважаємо, що ще не достатньо вивчені механізми та передумови підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств враховуючи особливості формування конкурентоспроможності економіки держави.

**Мета і завдання дослідження.** Мета статті полягає в узагальненні теоретичних засад та сучасних поглядів на конкуренцію як одну з найхарактерніших рис бізнесу; визначені реального стану конкурентоспроможності промислових підприємств України; дослідженні внутрішніх та зовнішніх сил, які формують зростання рівня конкурентоспроможності промислових підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентоспроможність у сучасній економічній літературі розглядається неоднозначно. У широкому розумінні приймається як комплексна характеристика діяльності, що ґрунтується на аналізі різних аспектів виробничо-господарської діяльності і дозволяє визначити сильні сторони підприємства у конкурентній боротьбі.

М. Портер стверджує, що універсального визначення конкурентоспроможності для усіх суб'єктів і об'єктів не існує. Його позиція – конкурентоспроможність є головним засобом підвищення добробуту суспільства [1, с. 112]. Джері Сакс вважає, що конкурентоспроможність визначається наявністю в країні ринку, факторів виробництва тощо, які спроможні формувати та розвивати потенціал з метою досягнення явища економічного зростання [2, с. 13]. З позицій класиків та неокласиків, конкуренцію розглядають, як зовнішню силу, яка призводить до зростання продуктивності використання ресурсів, випуску товарів та послуг, прискорення темпів науково-технологічного процесу тощо.

У світових дослідженнях до проблем конкурентоспроможності та конкурентних ринків існує кілька підходів:

- визначають конкуренцію, як загальність на ринку;
- розглядають конкуренцію, як момент ринкового механізму, завдяки якому можна врівноважити попит і пропозицію. В основу цих підходів покладена класична економічна теорія;
- визначають конкуренцію, як критерій, спроможний характеризувати тип галузевого ринку. В основу підходу покладена сучасна теорія морфології ринку.

В умовах сьогодення важливим чинником конкурентоспроможності національної економіки є наявність умов, які спроможні впливати на формування конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств.

Конкурентне середовище формується під впливом внутрішніх та зовнішніх умов. Дослідження внутрішніх умов формування виробничо-ресурсної бази передбачають здійснювати:

- оцінку фінансового стану підприємства;
- ревізію товарного асортименту підприємства, аналіз конкурентоспроможності продукції;
- аналіз стратегії підприємства на ринку;
- аналіз організаційної структури управління підприємством;
- оцінку матеріально-технічної бази підприємства;
- діагностику та облік виробничих потужностей підприємств;
- оцінку науково-технологічного потенціалу;
- оцінку планової роботи підприємства та ефективність прогнозу;
- оцінку кадрового забезпечення підприємства та рівень професіоналізму працюючих;
- оцінку інформаційної структури підприємства;
- оцінку маркетингових та комерційних складових діяльності підприємства;
- оцінку системи формування та стимулювання попиту на продукцію, що випускається тощо.

Зовнішні умови розвитку промислових підприємств не спроможні залежати власне від підприємства. Визначаються напрямом господарської політики держави, уряду щодо управління та регулювання. Для цього необхідно володіти нормативно-правовим забезпеченням відповідно до якого будувати власні потенційні можливості підприємства. Аналіз зовнішніх умов є базою для прийняття рішень щодо підвищення конкурентоспроможності, сприяє росту ефективності, та рента-

бельності його виробничої збутової діяльності та створенню основи для становлення маркетингового підходу у вирішенні важливих управлінських завдань.

Конкуренція підприємств є об'єктивною необхідністю, оскільки завдяки її масштабності, динамізму та гостроті перемагає той, хто здійснює аналіз та бореться за свої конкурентні позиції. Найбільших перешкод та труднощів зазнають неефективні підприємства, що виробляють низькоякісну продукцію. Потужні підприємства здатні процвітати за будь-яких економічно складних умов, оскільки до них відійдуть сегменти ринку, які певний час контролювалися збанкрутілими конкурентами. Отже, спостерігається гнучкість механізму конкуренції, яка проявляється у миттєвій реакції на будь-які зміни обставин навколишнього середовища. Найбільш вигідну позицію займають підприємства, адаптовані до змін, оскільки в кризовий період виробництво з високим ступенем адаптації є більш ефективним та динамічним. Такій конкуренції притаманні такі риси [3]:

- зростання суперництва з огляду на зростання чисельності підприємств, що конкурують;
- суперництво зростає в період зростання попиту;
- внаслідок збільшення обсягу продажу вироблених товарів у натуральному вимірюванні зростає показник суперництва;
- якщо витрати для споживачів незначні, пов'язані з переходом від одного постачальника до іншого – суперництво також зростає тощо;

Під дією впливу таких рис актуальності набувають рушійні сили, які спроможні спровокувати зростання чи спадання конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств. Серед рушійних сил вирізняють [3]:

- глобалізацію конкуренції у сфері пропозиції, яка знайшла відображення в інтеграції планування та співробітництва підприємств на світовому ринку;
- поляризацію ринків, яка характеризується тенденцією зростання рівня переваги споживачів до якісної дорогої продукції;
- розмивання галузових меж;
- стрімке поширення інформаційної та комунікаційної технології.

Незважаючи на спільний напрям діяльності, промислові підприємства здатні вирізнятись одне від одного за різними параметрами: розмірами, ринками, сукупністю додаткових послуг, які пропонуються, та інше. При визначенні конкурен-

тоспроможності промислових підприємств М. Лепа наголошує, що ключовими ознаками є технічна перевага, якість і надійність, методи збуту, характер послуг, що надаються, умови оплати праці тощо [4, с. 15]

На ринку будь-яке промислове підприємство має свої конкурентні переваги. Формування конкурентних переваг у широкому сенсі пов'язане з конкурентоспроможністю підприємства, яка часто розглядається як багатовимірна концепція. Переваги поділяють на переваги високого та низького порядку. Серед перших вирізняють робочу силу, матеріали та енергію (нестійкі, легко можуть бути втрачені за рахунок зростання цін і заробітної плати або внаслідок використання конкурентами дешевих виробничих ресурсів), а серед других – фахівців, технологію, продукцію (потребують значних коштів та часу для реалізації). Для отримання конкурентних переваг підприємства можуть застосовувати один з двох підходів: перший акцентується на споживачах, а другий – на конкурентах. З погляду концепції маркетингу найбільш прийнятним є підхід, що ґрунтується на споживачах, коли підприємство набуває конкурентних переваг, а його товари краще, ніж товари конкурентів, задовольняють потреби споживачів внутрішнього та зовнішнього ринків.

Серед рівнів конкурентоспроможності підприємств, орієнтованих на зовнішньоекономічну діяльність, Л. Гаєвська [5] вирізняє:

- державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Для регулювання міжнародних економічних відносин держави користуються економічними інструментами: безпосередньо впливають на об'єкт регулювання, тобто прямої дії (державні витрати – необхідні для створення нових послуг чи фізичного об'єкта; безпосередній контроль за економічними процесами – регулювання кількісних обсягів імпорту та експорту, встановлення цін та курсу валют, законодавчі акти) та інструменти опосередкованої (непрямой) дії (безпосередньо впливають на вартісні пропорції господарства);

- квотування та ліцензування експорту, митне регулювання (найбільш старим адміністративним інструментом регулювання торгівлі є ліцензування);

- стандарти міжнародної торгівлі (можуть фіксуватися у формі угод). З приєднанням до угод ГАТТ/СОТ перед Україною постають нові питання, серед яких вирізняють особливості дотримання відкритої торговельної політики, скасування торговельних бар'єрів; недискримінація країн експорту-імпорту товарів; зміни в технологіях, продуктивності праці, структури

попиту тощо. Тобто необхідно систематично працювати, щоб не відставати від конкурентів.

**Висновки.** Одним із найбільш розповсюджених механізмів щодо державного впливу на розвиток конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є законодавче стимулювання та створення нормативно-правового середовища для високотехнологічних галузей виробництва. Це свідчить про те, що значна кількість правових та організаційно-економічних заходів повинна бути спрямована на податкове, митно-тарифне, амортизаційне стимулювання підприємств. Стимулювання конкурентоспроможності промислових підприємств передбачено законами України “Про захист економічної конкуренції”, “Про захист від недобросовісної конкуренції”, “Про Антимонопольний комітет України”, “Про інвестиційну діяльність”, “Про інноваційну діяльність”, “Про господарські товариства”, “Про споживчу кооперацію”, “Про науково-технічну інформацію”, “Про підприємства в Україні”, “Про ціни та ціноутворення”, “Про зовнішньоекономічну діяльність” тощо. Проте їх більшість не має системного характеру, деякі потребують подальшого доопрацювання.

В умовах впливу світових кризових явищ на національну економіку, враховуючи досвід розвинених країн та власний, з метою стимулювання конкурентоспроможності підприємств необхідно розробити програму підвищення конкурентоспроможності експорту вітчизняних товарів та послуг, у якій передбачити усунення дублювання; закріплення за кожною країною спеціалізації щодо найбільш перспективних напрямів розвитку з метою взаємообміну розробленими технологіями і поділом ринків збуту. У зв’язку з цим необхідно вирішити такі завдання:

- збереження вже наявного потенціалу конкурентоспроможності;
- вдосконалення нормативно-правової бази розвитку конкурентного середовища;
- посилення вимог до попиту на продукцію за рахунок введення прогресивних стандартів якості, поширення інформаційної бази про товари і послуги;
- стимулювання підприємств щодо стратегії їх розвитку, перспектив, зростання рівня ефективності та конкурентоспроможності;
- пільгове оподаткування коштів виробничих підприємств, спрямованих на освоєння високих технологій, витрат на наукові дослідження і розробки;

– запровадження пільгового режиму амортизаційних відрахувань та інвестиційного кредиту; інноваційних підприємств на початковому етапі освоєння ними нових технологій та випуску нової продукції;

– державна підтримка венчурного підприємництва;

– фінансова участь підприємств України в європейських науково-технологічних програмах тощо.

Таким чином, основною перевагою конкуренції є застосування значного потенціалу ринкових стимулів ділової активності, які в умовах сьогодення використовуються неповною мірою. У сучасній конкурентній боротьбі йде змагання як за володіння капітальними ресурсами і матеріальними цінностями, так і за впровадження інновацій. Конкуренція виступає визначальним чинником впорядкування цін, стимулом інноваційних процесів. А тому здійснюючи промислову політику, інструментом якої є добросовісна конкуренція, можна досягти узгодження інтересів між суб'єктами господарювання та державою.

### Література

1. Портер М.Э. Конкуренция. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2000. – 495 с.

2. Сакс Дж., Корнер Э. Экономическая конвергенция и экономическая политика // Вопросы экономики. – 1995. – № 5. – С. 13-38.

3. Маліцький Б. А., Попович О. С., Соловйов В. П., Артемова В. Я., Єгоров І. Ю. Обґрунтування інноваційної моделі структурної перебудови економіки України. – К.: НАНУ, 2005. – С. 55-58.

4. Лепа Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия. – Донецк: ООО "Юго-Восток ЛТД", 2003. – 296 с.

5. Гаєвська Л. М. Економіка та організація діяльності фірми: навч. посібник. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2005. – 164 с.